

YOUTUBE VIDEO OPTIMIERUNG CHECKLISTE

Video ist eine der wichtigsten Möglichkeiten, um deine Kunden zu erreichen. YouTube hat herausgefunden, dass die mobile Videonutzung um 100% pro Jahr steigt und 90% der befragten Käufer sagen, dass Videos über Produkte nützlich für ihren Entscheidungsprozess sind. Videos verbessern auch deine Platzierung in den Google-Suchergebnissen, da sie als Beweis für tiefer gehende, qualitativ hochwertige Inhalte gelten.

Aber einfach nur ein Video zu posten und es in der Versenkung verschwinden zu lassen, wird dir nicht die gewünschten Views einbringen. Es gibt einige proaktive Schritte, die du unternehmen kannst, um sicherzustellen, dass dein Video die Menschen erreicht, die es brauchen. Lass uns unsere Checkliste zur Optimierung von YouTube-Videos durchgehen.

TITEL

Der Titel eines YouTube-Videos wird auch die blaue Überschrift deines Eintrags in den Google-Suchergebnissen sein - und der Begriff auf dem Tab deiner Seite in einem Webbrowser. Du willst natürlich, dass dein Titel Aufmerksamkeit erregt und den Inhalt genau wiedergibt. YouTube gibt dir eine großzügige Anzahl von Zeichen für deinen Titel, aber bedenke, dass nur die ersten 50 oder so in den Suchergebnissen von Google oder YouTube angezeigt werden. Deshalb solltest du ein oder zwei wichtige Keywords ganz am Anfang des Titels platzieren. Wenn du einen längeren Titel hast, achte darauf, dass die ersten 50 Zeichen klar ausdrücken, was die Zuschauer wissen sollen.

TAGS

Tags sind Schlüsselwörter, die du zu deinem Video hinzufügst, um es für Suchmaschinen leichter zu machen, dich zu finden. Bei der Auswahl der Tags ist es einfach, mit Spaghetti an die Wand zu werfen, aber ein paar gezielte Entscheidungen deinerseits werden sich wirklich auszahlen. Natürlich solltest du Schlüsselwörter zum Thema verwenden, sowohl solche, die sich auf das Video beziehen, als auch ein paar, die etwas allgemeiner sind, aber trotzdem einen Bezug zum Thema haben. Füge auch Keywords ein, die deine Marke identifizieren, wie deinen Firmennamen, deinen Namen und den Namen deines Kanals. Genauso wichtig ist es, dass du einige dieser Tags von einem Video zum anderen konsistent hältst. Das macht es wahrscheinlicher, dass deine anderen Videos in der Seitenleiste "Vorgeschlagene Videos" auftauchen. Betrachter werden kommen, um sich ein Video anzusehen, und dann für die anderen bleiben.

BESCHREIBUNG

Ich nutze für Youtube das Tool [TubeBuddy](#) und möchte es nicht mehr missen
[Zum Tool](#)

Deine Videobeschreibung ist der größte Teil des Textes, den du Google zum Crawlen gibst. Fange mit einem Link zurück zu deiner Seite an. Fühle dich nicht verpflichtet, auf deine Hauptseite zu verlinken. Wenn du eine Seite hast, die mehr mit dem Thema deines Videos zu tun hat, wird die Verbindung zwischen den beiden organischer sein. Dann schreibe eine aktuelle Beschreibung deines Videos. Sie muss nicht quälend lang sein, aber wenn du es schaffst, sie über 200 Wörter zu halten, wird sie Google die Informationen geben, die es für das Ranking braucht. In deiner Beschreibung solltest du wieder deine Keywords verwenden. Eine weitere Strategie, die dir in den Rankings helfen wird, ist es, mehrere ausgehende Links am Ende einzubauen. Diese könnten zu anderen Videos oder guten Informationen auf einer anderen Seite führen. Achte darauf, dass sie den Inhalt des Videos unterstützen oder erweitern.

SCHLÜSSELWÖRTER

Es gibt offensichtliche Überschneidungen zwischen Tags und Keywords, daher haben wir sie bereits ein wenig besprochen. Aber was ist, wenn du völlig unsicher bist, wie du sie auswählen sollst? Behalte im Hinterkopf, dass du dein Produkt und deine Marke kennst. Denke über Wörter nach, die du immer wieder verwendest, um dein Unternehmen und seine wichtigsten Ressourcen zu identifizieren, und über die Fragen, die dir am häufigsten gestellt werden. Schau dir die eingehenden Suchbegriffe für deine Seite an. Denke darüber nach, warum du denkst, dass dieses Video für potenzielle Kunden hilfreich sein könnte. Wenn du dir immer noch unsicher bist, haben sowohl YouTube als auch Google Keyword-Tools, die dir Optionen anbieten. Dies ist auch ein guter Zeitpunkt, um deine Marketingpartner um Vorschläge zu bitten.

PLAYLISTS

Erinnerst du dich, was wir vorhin über vorgeschlagene Videos gesagt haben? Wenn du eine Wiedergabeliste erstellst, erstellst du deine eigene Seitenleiste mit vorgeschlagenen Videos. Das ist eine Gelegenheit, die Nutzererfahrung zu verbessern und nützlich zu sein, indem du immer das Nächste hast, wonach die Betrachter suchen. Du kannst die Titel der Wiedergabelisten auch nutzen, um Videoideen zu entwickeln. Was ist ein Thema, über das deine Zuschauer mehr wissen wollen? Mach ein Brainstorming und unterteile es dann in eine Reihe von Videos, die sie dazu bringen, immer wieder zu kommen. Verwende eine Wiedergabeliste, um die Videos in der richtigen Reihenfolge aufzulisten, damit sie einfach zu navigieren sind.

VIDEO FILENAME

Hier ist eine weitere Möglichkeit, die Suchbegriffe einzubinden. Das war nicht immer der Fall, aber YouTube berücksichtigt jetzt die Relevanz deines Dateinamens in seinen

Ich nutze für Youtube das Tool TubeBuddy und möchte es nicht mehr missen
[Zum Tool](#)

Rankings. Sei beschreibend und verwende Bindestriche zwischen den Wörtern, damit sie leicht voneinander zu unterscheiden sind.

PROMOTION

Es ist zwar wichtig, die Rankings zu beherrschen, aber du musst auch rausgehen und deine Videos bewerben! Schließlich hast du eine Menge Zeit in die Erstellung und Optimierung deiner Videos investiert. Pflege deine Zuschauerschaft, indem du über dein neuestes Angebot in den sozialen Medien und auf deinem Blog sprichst.

Auch wenn diese Dinge zunächst etwas einschüchternd klingen, sind sie weniger zeitaufwendig als die Erstellung eines Videos und zahlen sich aus. Videos können die Konversionsrate um bis zu 80% erhöhen, also stelle sicher, dass deine Videos vollständig optimiert sind!

Technik

Du bist jetzt neugierig geworden und möchtest es wissen welche Technik ich benutze für YouTube? Ich habe dir eine Zusammenstellung meiner Technik hier angelegt [KLICK HIER](#)



IMPRESSUM:

Michael Kotzur

8345 NW 66 ST # C9347

MIAMI, FL 33166-2696

<https://michael-kotzur.com/>

Ich nutze für Youtube das Tool TubeBuddy und möchte es nicht mehr missen
[Zum Tool](#)